

ABSTRAK

NUR SHAFa, 220104010031: *Analisis Pesan Dakwah Lirik Lagu “Takkan Berpaling Dari-Mu” dan Konstruksi Makna Audiens YouTube*, Pembimbing I: Hj. Mariyatul Norhidayati Rahmah, S.A.g., M.Si dan Pembimbing II: Surya Eka Priyatna, M.Cs. Skripsi pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: Pesan Dakwah, Lirik Lagu, Analisis Isi, Resepsi Audiens, YouTube.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media dakwah yang tidak lagi terbatas pada ceramah atau pengajian, tetapi juga memanfaatkan media populer seperti musik dan platform digital. Lagu religi dapat menjadi sarana penyampaian pesan dakwah yang efektif karena mampu menyentuh emosi pendengar dan menjangkau audiens yang luas. Salah satu lagu yang mengandung nilai religius adalah lagu “*Takkan Berpaling Dari-Mu*” yang dinyanyikan oleh Rossa. Selain melalui lirik lagu, pemaknaan terhadap pesan dakwah juga dapat dilihat dari respons audiens pada kolom komentar YouTube. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam lirik lagu “*Takkan Berpaling Dari-Mu*” serta menganalisis konstruksi makna audiens YouTube terhadap pesan tersebut berdasarkan teori resepsi Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk mengidentifikasi pesan dakwah dalam lirik lagu yang meliputi aspek akidah, syariah, dan akhlak. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis resepsi audiens untuk mengkaji komentar pengguna YouTube berdasarkan tiga posisi pembacaan Stuart Hall, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi lirik lagu dan komentar audiens pada kanal YouTube resmi Trinity Optima Production. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lirik lagu “*Takkan Berpaling Dari-Mu*” lebih dominan mengandung pesan dakwah yang berkaitan dengan aspek akidah, seperti rasa syukur, ketundukan kepada Allah Swt., serta komitmen seorang hamba untuk tetap setia kepada-Nya. Sementara itu, dalam konstruksi makna audiens, sebagian besar komentar berada pada posisi dominan, yaitu audiens menerima dan menyetujui pesan religius yang disampaikan dalam lagu. Sebagian lainnya berada pada posisi negosiasi, yaitu menerima pesan tetapi menafsirkannya sesuai pengalaman pribadi, dan tidak ditemukan secara signifikan komentar yang berada pada posisi oposisi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa lagu religi dapat menjadi media dakwah kultural yang efektif di era digital karena mampu menyampaikan nilai-nilai keislaman secara persuasif serta membuka ruang bagi audiens untuk membangun makna secara aktif melalui interaksi di media sosial.